

**HUBUNGANKONSEPDIRIREMAJADENGANPENGAMBILAN  
KEPUTUSANDALAMPEMBELIANPAKAIANPRODUK *DISTRO*  
(*DISTRIBUTIONSTORE*) PADASISWASMASINTLOUISSEMARANG**

**ErinaEkaristiBinti  
M2A000022**

**FakultasPsikologi  
UniversitasDiponegoro**

**ABSTRAK**

*Distro (Distribution Store)* merupakan salah satu bentuk penawaran barang atau jasa berupa kaos, celana, jaket, topi, pin, sepatu, sandal, ikat pinggang, dompet dan asesoris lainnya, seperti gelang, kalung, cincin, dan sebagainya yang saat ini sedang *trend* di kalangan remaja. Siswa SMA sebagai remaja banyak mengalami perkembangan fisik, mental, emosional, seksual, dan sosial yang berbeda-beda. Remaja sadar bahwa untuk diterima lingkungan sosial dipengaruhi oleh penampilan fisik berdasarkan benda-benda yang dimiliki, seperti pakaian yang sedang *trend*. Hal ini akan mempengaruhi kecenderungan pengambilan keputusan pembelian pakaian yang dikenakannya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya hubungan antara konsep diri remaja dengan pengambilan keputusan dalam pembelian pakaian produk *distro*.

Karakteristik populasi dalam penelitian ini adalah seluruh siswa SMA Sint Louis Semarang yang berusia 15-17 tahun, pria dan wanita. Penelitian ini menggunakan Skala Pengambilan Keputusan Pembelian Pakaian dan Skala Konsep Diri yang disebarkan kepada 110 subjek penelitian. Pengambilan Keputusan Pembelian Pakaian terdiri dari 22 item dengan  $\alpha = 0,887$ , dan Skala Konsep Diri terdiri dari 25 item dengan  $\alpha = 0,904$ .

Hasil pengujian hipotesis dengan teknik Korelasi *Product Moment* dengan bantuan SPSS versi 12.00 menunjukkan ada hubungan positif antara konsep diri pada remaja dengan pengambilan keputusan dalam pembelian pakaian produk *distro* dapat diterima. Hubungan antara konsep diri remaja dengan pengambilan keputusan dalam pembelian pakaian produk *distro* ditunjukkan dengan korelasi  $r_{xy} = 0,300$  dengan  $p = 0,000$  ( $p < 0,05$ ). Koefisien korelasi tersebut menunjukkan hubungan yang positif dan signifikan antara konsep diri remaja dengan pengambilan keputusan dalam pembelian pakaian produk *distro*, artinya semakin positif konsep diri remaja, maka kecenderungan pengambilan keputusan pembelian pakaian produk *distro* semakin tinggi. Demikian juga sebaliknya, semakin negatif konsep diri remaja, maka kecenderungan pengambilan keputusan pembelian pakaian produk *distro (Distribution Store)* semakin rendah. Sumbangan efektif konsep diri terhadap pengambilan keputusan dalam pembelian pakaian produk *distro* sebesar 9%, dan sisanya sebesar 91% ditentukan oleh faktor lain yang tidak diungkap dalam penelitian ini.

**Kata kunci : Konsep diri, pengambilan keputusan pembelian pakaian, *distro (Distribution store)*, remaja pria dan wanita.**